



Was ist Kunden- nutzen?

Die Kundenbeziehungsmanagerin

Irmgard Braasch
Siebengebirgsallee 14
51147 Köln

Tel: 02203/1829640
Web: www.kbm-braasch.de
Mail: info@kbm-braasch.de

Argumente sammeln und bewerten

Die wichtigste Frage: Was bringt es dem Kunden? Arbeiten Sie nicht heraus, welche Vorzüge Ihr Angebot hat, sondern welchen Nutzen der Kunde davon hat. Also nicht: „Das Auto gibt es in rot, grün, blau und gelb“, sondern: „Sie können zwischen vier Farben wählen.“

Argumentieren heißt den Nutzen nennen. Deshalb müssen Sie im Vorfeld recherchieren (Produktmerkmale, Marktdaten, Konditionen der Mitbewerber, Motive und Bedarf des Kunden, ...). Beobachten Sie den Markt (Internet, Netzwerktreffen, ...). Motivation und Bedarf des Kunden lassen sich nicht ohne weiteres im Vorfeld recherchieren, sie müssen im Gespräch gezielt fragen. Listen Sie dann alle Pluspunkte auf. Die Pluspunkte übersetzen Sie dann in einen Kundennutzen.

Legen Sie eine Argumentationsliste an! Ordnen Sie die Argumente nach Gewichtung. Suchen Sie drei Argumente aus, die Sie im Gespräch vorbringen wollen. Benutzen Sie eine bildhafte Sprache. Grau ist alle Theorie und leider ist sie auch nicht sehr einprägsam. Je konkreter und einfacher Ihr Bild ist, mit dem Sie den Nutzen darstellen, desto eher wird es verstanden.